

MODEL MANAJEMEN KOMUNIKASI SOSIAL KODAM XVI PATTIMURA

Nisa Atin Nur Oktavia¹, Pahrul Idham Kaliky²

Ilmu Komunikasi, Universitas Pattimura, nisaoktavia.nano@gmail.com¹

Ilmu Komunikasi, Universitas Pattimura, pahrul.kaliky@fisip.unpatti.ac.id²

Abstrak: Tentara Nasional Indonesia (TNI) adalah alat negara yang bertugas menjaga dan melindungi keamanan negara. Saat ini ancaman perpecahan melalui isu-isu negatif merebak di media sosial sehingga perlu disikapi. TNI juga memiliki sejarah kelam di era Orde Baru, sehingga reformasi terus dilakukan untuk memenangkan hati dan pikiran rakyat. Banyaknya kasus yang melibatkan oknum TNI membuat masyarakat kembali menyamakan TNI seperti dulu. Komunikasi sosial merupakan elemen penting yang harus dilakukan dalam mengatasi permasalahan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen komunikasi sosial KODAM XVI Pattimura. Teori yang digunakan adalah manajemen komunikasi dan S-O-R dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi langsung. Hasil yang diperoleh adalah: manajemen komunikasi sosial KODAM XVI Pattimura menggunakan fungsi manajemen POAC dan model manajemen boneka Matouscha yang terdiri dari self, interpersonal, system dan competence. Dapat disimpulkan bahwa pengelolaan komunikasi sosial berpengaruh terhadap perubahan sikap dan persepsi masyarakat. Sehingga dapat dikatakan efektif walaupun masih memiliki kekurangan.

Kata-kata Kunci: Manajemen Komunikasi Sosial, Matouscha Doll, Fungsi Manajemen POAC

Abstract: The Indonesian National Army (TNI) is an instrument of the state in charge of maintaining and protecting state security. Currently the threat of division through negative issues is spreading on social media so it needs to be addressed. TNI also has a dark history in the New Order era, so that reforms continue to be carried out to win the hearts and minds of the people. The number of cases involving elements of the TNI has made the community re-equalize the TNI as before. Social communication is an important element that must be done in overcoming these problems. The purpose of this study was to determine the social communication management of KODAM XVI Pattimura. The theory used is communication management and S-O-R by using qualitative research methods. Data collection techniques used are in-depth interviews and direct observation. The results obtained are: social communication management KODAM XVI Pattimura using the POAC management

function and the Matouscha doll management model consisting of self, interpersonal, system and competence. It can be concluded that the management of social communication has an effect on changes in people's attitudes and perceptions. So that it can be said effective even though it still has drawbacks.

Keywords: *Social Communication Management, Matouscha Doll, POAC Management Function*

1. Pendahuluan

Tentara Nasional Indonesia Angkatan Darat (TNI AD) merupakan bagian yang terintegrasi dari sistem pertahanan nasional Indonesia. TNI memiliki historis yang kelim dalam kaitannya dengan masyarakat sipil, terutama pada rezim pemerintahan Soeharto yang terkenal dengan gaya otoriter dan militeristik. Sejak waktu itu peran politik yang didapatkan ABRI, baik dalam institusional atau personal semakin besar dan semakin berat, maka profesionalisme ABRI semakin menurun dengan semakin naiknya peran politiknya. Seluruh aparat dari personil ABRI lebih sibuk dan lebih fokus pada kegiatan sosial, politik dan ekonomi (Yahya A. Muhaimin. 2005). TNI terus melakukan reformasi untuk menjadi TNI yang dicintai rakyat sehingga citra mereka dapat berubah dan bertahan tidak seperti di masa lalu. Tak sedikit masyarakat yang belum mengubah persepsi mereka tentang TNI apalagi ditambah dengan banyaknya kasus-kasus kekerasan yang melibatkan prajurit TNI, pelanggaran oleh prajurit, penjualan amunisi, masalah sengketa lahan warga dengan TNI dan lainnya. Perkembangan teknologi dan informasi di era digital telah menghadirkan tantangan baru tidak hanya bagi masyarakat. Salah satu masalah nasional yang mengancam persatuan dan kesatuan bangsa adalah berkembangnya ujaran kebencian dan berita bohong di media sosial. Sebagai alat pertahanan dan keamanan negara, TNI kini tidak hanya menghadapi tantangan di teritori darat, laut, dan udara tetapi juga di teritori maya yang tak kalah mengancam pertahanan dan keamanan. Banyak ancaman atau provokasi di media sosial seperti terorisme, radikalisme, dan separatis yang dapat membahayakan keamanan nasional. Selain menjalankan tugas non tempur, dalam operasi militer selain perang TNI bertugas untuk menjalankan tugas kemanusiaan, menanggulangi akibat bencana dan untuk kepentingan nasional lainnya. Sesuai dengan tugasnya pada Operasi Militer Selain Perang, KODAM XVI Pattimura telah menjalankan berbagai program-program sosial untuk mensejahterakan masyarakat seperti program emas biru dan emas hijau yang diusung mantan Pangdam Pattimura Mayjen Doni Monardo pada 2017 dan masih berlanjut hingga saat ini.

Dalam menjalankan tugas operasi militer selain perang dan untuk mempertahankan citra serta mengubah persepsi masyarakat yang masih

memandang TNI di masa lalu, Komunikasi sangat berperan penting dalam hal ini adalah Komunikasi Sosial karena TNI berhubungan langsung dengan masyarakat. Masalah persepsi masyarakat, tantangan dan ancaman di dunia maya serta keberlangsungan program-program sosial TNI dapat dilakukan dan diatasi dengan model manajemen komunikasi sosial yang baik dan efektif. Selanjutnya untuk menjalankan Komunikasi Sosial yang baik dan efektif, perlu adanya manajemen yang baik bagi internal maupun eksternal lembaga. Dengan manajemen yang baik keberlangsungan komunikasi akan berjalan lancar dan teratur mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana model manajemen komunikasi sosial KODAM XVI/Pattimura? Apakah model manajemen komunikasi sosial yang digunakan sudah efektif untuk melaksanakan tugas Operasi Militer Selain Perang dan merubah persepsi masyarakat?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana model manajemen komunikasi sosial di KODAM XVI/Pattimura dan bagaimana dampak atau pengaruhnya bagi pelaksanaan OPSM dan perubahan persepsi masyarakat.

2. Literatur Review

2.2.1 *Manajemen Komunikasi Dalam Proses Pelayanan Publik (Studi Deskriptif Pada Puskesmas Bongomeme, Desa Dulamayo, Kec. Bongomeme, Kab. Gorontalo)*

Penelitian yang dilakukan oleh Lian R. Punu pada 2018 ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian terdahulu dengan yang saya teliti terletak pada pengaruh manajemen komunikasi terhadap organisasi. Perbedaannya adalah komunikasi yang dimaksud untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi sedangkan peneliti sendiri untuk meningkatkan citra dan efektivitas manajemen komunikasi yang digunakan.

2.2.2 *Peranan Komunikasi Sosial Dalam Pelaksanaan Tugas Babinsa Wilayah Koramil 02 Kodim 1421*

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Kartini, Zohrah N pada 2018 ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian terletak pada subjek yang diteliti yaitu TNI yang menjalankan Komunikasi Sosial. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada babinsa yang bertugas membantu masyarakat di suatu wilayah sedangkan peneliti berfokus pada komunikasi sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pertahanan dan keamanan di tingkat KODAM

3. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti berusaha untuk menggambarkan bagaimana Model Manajemen Komunikasi Sosial KODAM XVI/Pattimura dan bagaimana pengaruhnya di masyarakat. Dengan metode penelitian kualitatif, peneliti mengharapkan seluruh pertanyaan mengenai model manajemen komunikasi sosial di

KODAM XVI/Pattimura dapat terjawab dengan jelas. Pada penelitian ini, peneliti sebagai instrumen utama menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Selain itu teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

1 Manajemen Komunikasi POAC

1. Perencanaan (Planning)

Untuk mencapai tujuan yang di maksud dapat dicapai dengan program-program kerja dalam hal ini adalah komunikasi sosial. KODAM XVI/Pattimura sangat gencar melakukan komunikasi sosial dan terlaksana hampir setiap hari baik di tingkat KODAM hingga di tingkat Babinsa. Dalam menyusun suatu komunikasi sosial dimulai dari perencanaan yang biasanya muncul karena suatu permasalahan atau isu yang terjadi serta program wajib yang sudah dirancang setiap tahun dan ada anggarannya. Untuk mengadakan kegiatan komsos atau program kerja itu ada direktif atau perintah. Perintah dari satuan atas, perintah itu mengutarakan anggaran. Direktif kemudian di tuangkan dalam surat perintah lalu surat perintah itu dibuat perencanaan dalam bentuk RGB dan rencana penyelenggaraannya. Dari RGB itu kemudian di paparkan ke Pangdam setelah disetujui dibuat juga rencana penyelenggaraan. Uang dapat diambil setelah cair kemudian di gunakan untuk keperluan komunikasi sosial seperti snack, sovenir, buku, transport pembicara.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian adalah suatu cara untuk mengumpulkan orang-orang dan menempatkan mereka menurut kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang sudah direncanakan. Di KODAM XVI/Pattimura sendiri sudah membagi spesialisasi tiap prajuritnya sejak awal tes. Sehingga dalam pelaksanaan kerja sudah jauh lebih mudah. Pada bagian Teritorial yang mengatasi Komunikasi Sosial banyak prajurit-prajurit yang sudah ahli di bidangnya. Untuk pembagian itu sebelumnya ada tes psikologi misalkan seorang prajurit dia kompeten dalam bidang apa jadi ada spesialisasinya. Ada bagian teritorial, intelijen, logistik, dll.

3. Penggerakan (Actuating)

Penggerakan adalah tahap menggerakan organisasi agar berjalan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing serta menggerakan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi agar pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan bisa berjalan sesuai rencana dan bisa mencapai tujuan. Dalam proses penggerakan, manajer komunikasi sosial yang membagi tiap tugas prajurit saat nanti di lapangan sehingga pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan lancar dan efektif.

4. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan (Controlling) Yaitu untuk mengawasi apakah gerakan dari organisasi ini sudah sesuai dengan rencana atau belum serta mengawasi penggunaan sumber daya dalam organisasi agar bisa terpakai secara efektif dan efisien tanpa ada yang melenceng dari rencana. Pengawasan yang dilakukan mulai dari kelancaran komsos, tugas setiap prajurit, keefektifan pesan hingga jumlah anggaran yang digunakan. Dalam tahap ini juga biasanya koordinator memerintahkan untuk mempublikasikan kegiatan yang dilakukan ke media sosial agar masyarakat juga tahu apa yang mereka lakukan serta mendapatkan informasi yang sama

4.2 Model Manajemen Komunikasi Boneka Matouscha

Model Boneka Matouscha ini membagi komunikasi menjadi 4 lapisan, yaitu:

1. Self. Lapisan ini terbagi menjadi beberapa bagian:

a. Self Management.

Dalam hal ini prajurit TNI di KODAM XVI/Pattimura sebelum memulai interaksi atau komunikasi dengan orang lain pastinya ada hal yang disiapkan/ dipikirkan terlebih dahulu, mulai dari topik pembahasan yang akan dibicarakan kemudian apa saja yang boleh/bisa dibahas dan apa saja hal yang tidak boleh diketahui oleh orang lain misalnya tentang diri pribadi atau instansi yang bersifat privasi, itulah gunanya membangun komunikasi terlebih dahulu dengan diri sendiri sebelum memulai interaksi dengan individu lain disekitar.

b. Self Awareness

Sebagai prajurit TNI tentunya harus mengetahui pasti siapa dirinya, apa profesinya, jabatannya, statusnya, serta tugas dan tanggung jawabnya. Dihadapkan dengan profesi yang dijalankan dengan kerja tim, prajurit TNI memiliki kesadaran untuk menempatkan diri. Dunia militer notabeneanya memiliki hierarki yang kuat dan sudah menjadi kewajiban bagi setiap prajurit untuk bisa menempatkan diri sesuai dengan siapa lawan bicaranya dan dimana dia berada karena TNI tidak hanya bertugas di dalam lingkup internalnya sesama TNI saja tetapi mereka juga harus melakukan kontak sosial dengan masyarakat, aparat pemerintahan, tokoh-tokoh agama, tokoh-tokoh adat, aktivis, dll.

c. Self Analysis.

Prajurit TNI lebih sering mengasah atau melatih kemampuan yang dimiliki berkaitan dengan tuntutan pekerjaan di bidang kemiliteran, dan apabila di suatu bidang seorang prajurit tidak dapat melaksanakan ataupun tidak memiliki kemampuan cukup di bidang tersebut maka harus bisa mencari referensi baik secara langsung dengan yang lebih paham ataupun melalui media elektronik lainnya yang sekiranya dapat membantu dalam mengatasi

permasalahan yang tidak dapat atasi. Dengan menyadari kelebihan dan kekurangan dapat mempermudah dalam mencapai tujuan karena dengan mengetahui hal itu pembagian pekerjaan akan lebih mudah dan lebih efektif.

d. Self Examination.

Lapisan ini lebih dikenal dengan komunikasi intra-personal, dengan hubungannya dengan diri sendiri. Prajurit TNI memiliki keahlian di bidang masing-masing. Untuk menjalankan komunikasi sosial perlu ada kemampuan public speaking yang baik, kemampuan untuk bernegosiasi dengan stakeholder, bahkan kemampuan fotografi dan publikasi. Sehingga penting bagi tiap prajurit untuk bisa meningkatkan kemampuannya baik belajar dari senior ataupun atasan hingga belajar secara mandiri.

2. Interpersonal

Dalam melaksanakan tugas dan jawab seorang TNI tentu memerlukan orang lain. Sebagai makhluk sosial tentu akan sulit jika melakukan segala sesuatu seorang diri. Lapisan ini menegaskan hubungan interpersonal yang terjalin untuk bisa mencapai tujuan bersama. Prajurit TNI dalam melaksanakan komunikasi sosial tentu tidak bekerja sendiri. Mereka memiliki peran masing-masing tapi tidak menutup kemungkinan untuk saling bergantung satu sama lain. Interaksi individu dalam menciptakan makna di antara mereka dan tentang sifat serta keadaan hubungan di antara mereka. Makna sendiri berkaitan dengan konstruktivisme yang menciptakan makna secara bersama-sama. Interaksi ini menggambarkan bagaimana membangun hubungan yang baik sehingga tercipta suatu makna secara bersama-sama. Makna dalam hal ini yaitu mengetahui interaksi yang dibangun sehingga dapat menggambarkan sifat serta keadaan hubungan mereka.

3. System

People-in-system doll berbicara mengenai bagaimana seseorang dapat mempengaruhi sebuah sistem maupun sistem yang mempengaruhi dirinya. Kebanyakan prajurit TNI di KODAM XVI/Pattimura berasal dari luar Maluku namun tidak membatasi mereka untuk berinteraksi dengan prajurit lain dan masyarakat Maluku. Dikarenakan masih satu wilayah kebangsaan Indonesia sehingga adaptasi budaya yang dilakukan tidak begitu sulit. Ciri khas orang Maluku yang memiliki suara cukup besar namun sangat ramah dan hangat kepada orang lain tidak begitu sulit diterima para prajurit yang berasal dari luar. Dalam lingkungan TNI pun, lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia daripada bahasa daerah tetapi saat akan melaksanakan komunikasi sosial dengan masyarakat sekitar biasanya disesuaikan dengan audiens.

4. Competence

Dalam berkomunikasi kita mengawalinya dengan boneka yang paling kecil (self doll) yang artinya kita berkomunikasi secara interpersonal dengan diri sendiri.

Dilanjutkan dengan boneka kedua yaitu interpersonal dimana kita harus mampu berkomunikasi dengan orang lain. Boneka ketiga yaitu people in system doll yang artinya bahwa kita sebagai makhluk sosial hidup dalam sistem atau aturan sosial yang berlaku dalam masyarakat. Yang terakhir adalah competence doll yang berarti kemampuan seseorang untuk melakukan perubahan dalam sistem masyarakat. Kemampuan inilah yang menjadi tujuan akhir dari komunikasi sosial yang dilakukan KODAM XVI/Pattimura. Bagaimana agar mereka bisa mengkonstruksi hati dan pikiran rakyat bahwa TNI yang sekarang bukanlah TNI yang dulu yang menyeramkan dan selalu mengandalkan kekerasan.

5. Pembahasan

Teori komunikasi S-O-R memiliki tiga unsur di dalamnya yaitu Stimulus, Organism, dan Response, berikut pembahasannya sesuai dengan pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan.

1. Stimulus (Pesan)

Stimulus yang disampaikan dalam komunikasi sosial KODAM XVI/Pattimura lebih banyak menekankan pada wawasan kebangsaan, cinta tanah air, dan pencegahan radikalisme serta terorisme. Tujuannya adalah untuk mengatasi ancaman yang terjadi di sosial media yang banyak memberikan pesan-pesan negatif.

2. Organism (Komunikan)

Komunikan atau orang yang menerima stimuli melakukan proses berpikir terhadap apa yang dilakukannya setelah menerima stimuli. Komunikan dalam komunikasi sosial adalah masyarakat yang menerima komunikasi sosial secara langsung dan yang menggunakan media seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan website resmi KODAM XVI/Pattimura. Komunikan dapat bebas mengakses sosial media untuk mendapatkan informasi yang bertujuan untuk memberikan penguatan agar terhindar dari ancaman yang bisa menyebabkan perpecahan seperti gerakan separatis, radikal dan terorisme.

3. Response (Efek)

Berdasarkan hasil penelitian, response masyarakat terhadap stimuli yang disampaikan positif. Artinya mereka mendapatkan pengetahuan baru untuk tidak melakukan hal-hal yang menentang dengan norma dan Pancasila. Selain itu terjadi juga perubahan persepsi tentang TNI yang dulunya menyeramkan dan selalu menggunakan kekerasan telah berubah dengan banyaknya informasi dan pemberitaan yang di publikasi di media sosial dan juga media konvensional mengenai apa saja yang sudah dikerjakan TNI. Program-program kerja yang selalu

dipublikasi di media sosial membuat masyarakat memahami bahwa TNI benar-benar ada untuk rakyat terlepas dari kasus-kasus yang melibatkan oknum TNI.

Dalam buku sosiologi komunikasi karya Sutaryo (2005) dijelaskan bahwa ada beberapa fungsi komunikasi social. Berdasarkan fungsinya, Komunikasi Sosial yang dilakukan KODAM XVI/Pattimura terbagi menjadi dua yaitu :

1. Memberi informasi

Masyarakat hanya dapat maju dan berkembang apabila mengetahui nilai-nilai yang perlu dicapai. Tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama mengenai nilai-nilai tertentu karena kurangnya sarana atau wadah untuk mendapatkan pengetahuan. Setiap orang mempunyai hak untuk mendapat informasi yang berguna bagi kehidupan. Sehingga salah satu fungsi komunikasi sosial yang dilakukan KODAM XVI/Pattimura yaitu memberi informasi. Dapat dilihat dari komunikasi sosial yang dilakukan dengan komunitas baik itu komunitas peduli sampah, komunitas ojek becak bahkan para pengangguran. Saat COVID melanda dunia sejak 2019 dimana menimbulkan keterbatasan gerak dan ruang membuat KODAM meluncurkan aplikasi belajar walaupun tidak merata karena keterbatasan dalam mensosialisasikan serta terhalang jaringan. Namun mengatasi kekurangan itu kemudian dibuatlah walang belajar bagi para siswa dimana terdapat fasilitas dan juga guru pada walang tersebut. Informasi yang disampaikan pun disesuaikan dengan waktu, kondisi, serta audiensnya sehingga informasinya bermanfaat.

2. Memberi Bimbingan

Baik secara langsung maupun tidak langsung, komunikasi berfungsi memberikan bimbingan bagi warga masyarakat, amanat yang bernilai tinggi untuk membimbing ke jalan yang lebih baik. Masyarakat yang menyimpang pun dapat dikembalikan ke jalan yang benar. Bimbingan disampaikan lewat pesan (amanat) yang sifatnya menuntun, menegur, mendukung atau mengajak, memberi petunjuk bagi komunikasi. Bimbingan yang diberikan KODAM XVI/Pattimura mencakup banyak hal. Seperti bimbingan bagi masyarakat yang mempunyai usaha dalam program Mutiara Pattimura. Selain itu ada juga bimbingan bagi mantan orang-orang yang radikal. Mereka dirangkul dan dibimbing agar bisa kembali ke jalan yang benar, mencintai tanah air. Bahkan bimbingan juga diberikan kepada prajurit TNI tanpa terkecuali karena di tiap KODAM terdapat Bina Mental. Terkhusus bagi oknum TNI yang telah melakukan kesalahan pun akan dibina dan diberi hukuman sesuai dengan tingkat kesalahannya.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi sosial yang dilakukan KODAM XVI/Pattimura sesuai dengan Model Manajemen Boneka Matouscha yang terdiri dari lapisan self, interpersonal, system, dan competence. Setiap lapisan membahas secara rinci bagaimana proses komunikasi sosial dimulai dan dikelola dari unit terkecil yaitu individu. Selain itu cara manajemen komunikasi sosial yang dilakukan sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang dimulai dari planning, organizing, actuating, hingga controlling. KODAM XVI/Pattimura menjalankan komunikasi sosial sesuai dengan fungsinya yaitu memberi informasi dan memberi bimbingan tujuannya masyarakat Indonesia dapat mempertahankan keamanan nasional dan meminimalisir ancaman-ancaman yang ada di sosial media. Adapun bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan yaitu asosiatif, akomodasi asimilasi, dan disosiatif. Dalam menjalankan komunikasi sosial pun bukan hanya secara langsung tetapi juga lewat media yang berperan sangat penting karena memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Dengan komunikasi sosial yang baik didukung dengan program-program kerja yang mengutamakan rakyat maka dapat mempengaruhi citra TNI sehingga dapat mengubah persepsi dan sikap masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa model manajemen komunikasi sosial KODAM XVI/Pattimura sudah cukup efektif.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dwi, M. (2018). Manajemen Komunikasi pada Petugas Kebersihan Kota Palembang". *Jurnal Komunikasi, Plaju*, 119.
- Irene, S. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- K, S. D. (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kartini, Z. N. (2018). Peranan Komunikasi Sosial Dalam Pelaksanaan Tugas Babinsa Wilayah Koramil 02 Kodim 1421. *jurnal Tabligh, Makassar*, 313.
- M, A. L. (2001). *Teori fungsi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- May, R. T. (2005). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat internasional*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,.

Setyabudi, D. a. (2014). *Komunikasi Sosial. In: Komunikasi dan Interaksi Sosial*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yahya, M. (2005). *Perkembangan Militer Dalam Politik di Indonesia Tahun 1945 – 1966*. Yogyakarta: UGM Press.